

**ANALISIS KEUNGGULAN KOMPARATIF  
PERDAGANGAN KOMODITI PAKAIAN JADI  
INDONESIA DENGAN NEGARA – NEGARA  
ANGGOTA ASEAN**

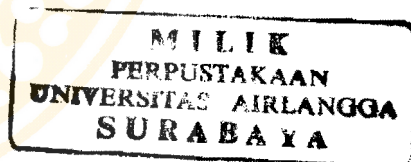
**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN**



DIAJUKAN OLEH :

**DONY TRI WICAKSONO**  
No. Pokok : 049815901



**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2003**

Surabaya, 10...06...2023..

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

**Dosen Pembimbing**



**SKRIPSI**

**ANALISIS KEUNGGULAN KOMPARATIF PERDAGANGAN  
KOMODITI PAKAIAN JADI INDONESIA DENGAN NEGARA  
– NEGARA ANGGOTA ASEAN**

**DIAJUKAN OLEH :**  
**DONY TRI WICAKSONO**  
**NO. Pokok : 049815901**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

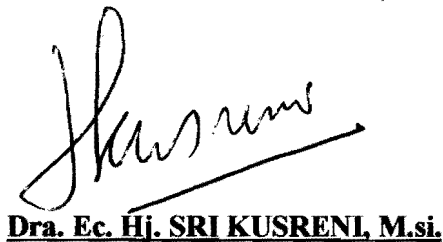
**DOSEN PEMBIMBING,**



**Drs. Ec. H. SUPRAJITNO**

**TANGGAL** 24-07-2003

**KETUA PROGRAM STUDI,**



**Dra. Ec. Hj. SRI KUSRENI, M.si.**

**TANGGAL** 30-07-'03

## ABSTRAK

Kedudukan ASEAN memiliki posisi cukup penting dalam kegiatan perdagangan internasional Indonesia. ASEAN bagi Indonesia menjadi tujuan ekspor terbesar kedua setelah Jepang. Sedangkan dari tujuan impor terbesar Indonesia di atas Jepang dan Amerika Serikat pada tahun 1998.

Penulis mencoba untuk meneliti hubungan perdagangan internasional antara Indonesia dengan ASEAN dengan mengukur dan mencari tingkat keunggulan komparatif komoditi pakaian jadi Indonesia terhadap pasar ASEAN dengan tahun analisis 1985 – 2000. Metode yang digunakan adalah menghitung nilai indeks *revealed comparative advantage* ( RCA ), yaitu dengan cara menghitung indeks spesialisasi perdagangan dan nilai indeks *export performance ratio* ( EPR ) dengan menggunakan kode SITC ( *standart international trade classfication* ) 3 digit.

Berdasarkan hasil perhitungan maka diketahui bahwa komoditi pakaian jadi Indonesia memiliki keunggulan komparatif cukup tinggi terhadap ASEAN. Apabila dihitung dengan menggunakan indeks spesialisasi perdagangan ( ISP ), komoditi pakaian jadi Indonesia berada pada tahap pematangan ( *maturity* ), yang berarti ekspor pakaian jadi Indonesia sudah menguasai pasar ASEAN. Apabila dihitung dengan menggunakan indeks *export performance ratio* ( EPR ) maka nilai indeks EPR Indonesia dengan ASEAN mempunyai nilai kurang dari 1, yang berarti pangsa pasar ekspor pakaian jadi Indonesia ke negara – negara ASEAN memiliki keunggulan di bawah rata – rata dunia.